Design digital
Uma nova série de reportagens que aborda como trabalhar com novas tecnologias

Web, celulares, tablets... Em um mundo cada vez mais digital, a demanda por design de interfaces de usuário não para de crescer. Conheça os segredos para criar experiências únicas

Por: Nick Carson
Edição Mário Fittipaldi

Feitas para você

Autorização deste

01 A plataforma La Société, criada pela **Grip** para a Stella Artois, oferece desafios mensais e recompensa os usuários com viagens para eventos

02-03 A **Rage Digital** desenvolveu apps interativos de demonstração de produtos para pneus da Yokohama e do carro Mitsubishi Lancer

04 A Hyundai contratou a **Rage Digital** para criar o app do lançamento do modelo 2011 do carro Equus, que vem com um iPad no porta-luvas

02

03

04

Acessar um site, deslizar os dedos pela tela de um tablet ou, simplesmente, ler mensagens em um smartphone são tarefas que já se tornaram comuns para a grande maioria das pessoas. Mas elas só são possíveis porque todos os comandos necessários para que uma máquina ou programa de computador execute as tarefas desejadas são 'traduzidos' para uma linguagem quepossa ser compreendida por qualquer pessoa. É esse elemento, situado em um plano entre homem e máquina, que se chama interface de usuário.

Boas interfaces são aquelas capazes de permitir a melhor interação homem/máquina possível - a palavra da moda para isso é 'experiência de usuário'. Assim, criar interfaces significa tornar o uso de qualquer dispositivo, aplicativo ou site simples e prazeroso. "Uma boa interface de usuário deve guiar as pessoas passo a passo até o objetivo final", afirma Bernadette Smail, da agência de publicidade Grip Limited (www.griplimited.com), que já realizou trabalhos para Honda, Johnson & Johnson e Stella Artois. "Isso envolve conhecer os usuários e identificar suas necessidades antes até de começar a criar."

Ainda segundo ela, essa é uma regra geral de desenvolvimento de softwares que começou a ser aplicada na web depois do surgimento das chamadas RIAs (aplicações ricas de internet, na sigla em inglês). "Com os usuários e suas missões em mente, podemos pensar em infinitas maneiras de guiá-los para seus objetivos sem que percam o foco."

Andrew Kimmel, da agência Rage Digital (www.ragedigital.com), afirma que os principais ingredientes de uma boa interface de usuário são layouts intuitivos, designs criativos e relevância contextual. Para ele, o desenvolvimento de aplicativos para dispositivos móveis aumentou a demanda por interfaces simples. "As interfaces da web tiveram de evoluir para se adaptar às novas tendências; as fronteiras estão desaparecendo à medida que linguagens como o CSS e o HTMLse desenvolvem."

Andrew acredita que o usuário espera interfaces com um visual que incorpore as tendências criadas por serviços que já conhecem, como Facebook e Twitter. Porém, acha que designers devem ver isso como um incentivo para serem mais criativos e originais. Bernadette concorda: "Devido aos recursos visuais e de interatividade, apps de Flash e HTML5 abrem mais portas para a criatividade".

MUITO ALÉM DO DESKTOP

Sarah Morris, da agência de marketing e tecnologia Lost Boys International, ou LBi (www.LBi.co.uk), acredita que a ascensão dos apps e das interfaces acionadas com >

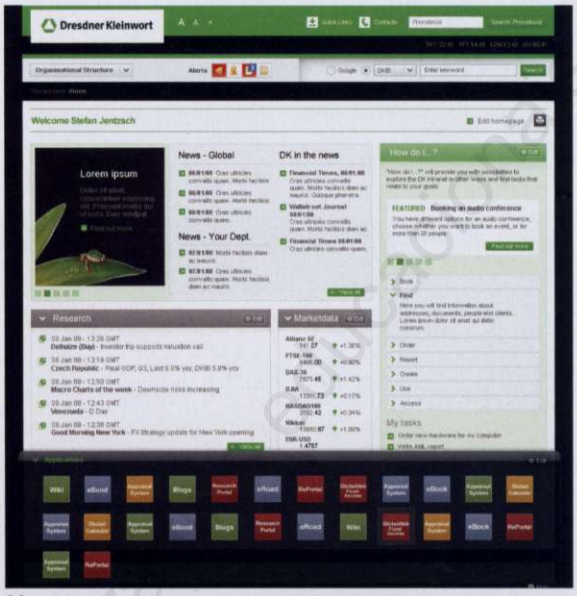
A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.

05 A **Rage** usou o Google Goggles para criar o app de celular HTC Sensation. "A ideia inicial era um QR code", explica Andrew, "mas o Google Goggles acabou sendo mais adequado"

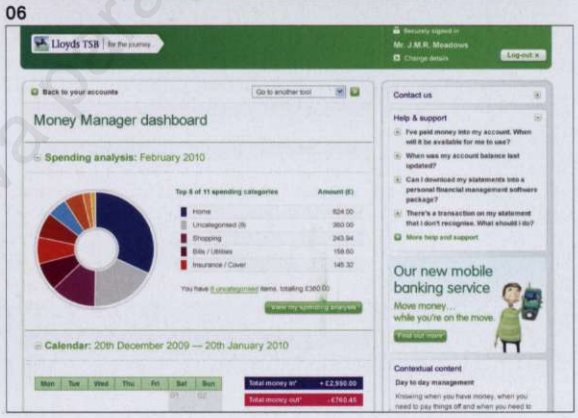
06 A **LBi** criou a interface da intranet da Dresdner Kleinwort. "Tivemos de equilibrar muitos requerimentos de usuário", explica Sarah Morris. "A interface destaca os aspectos sociais da organização"

07 O serviço online MoneyManager foi criado pela **LBi** para a Lloyds TSB, e levou dois anos e meio para ser concluído. "Todos os anúncios ficam em volta do gráfico, o elemento principal", explica Sarah Morris

05



06



07

> gestos em telas touchscreen deixou os usuários mais abertos a novas técnicas de interação. "A Apple contribuiu muito para popularizar alguns padrões e convenções, mas, com o aparecimento de novas plataformas, como Android e Windows Phone 7, as coisas vão se diversificar", aposta.

Ela defende uma abordagem mais conceitual e inovadora quando possível. "0 mundo digital está se expandindo cada vez mais para fora do desktop, o que torna quase imperativo engajar o usuário - mesmo que para isso seja preciso dar menos importância a padrões e boas práticas."

Para adaptar uma interface para várias plataformas, Bernadette prioriza a definição de situações com as quais o usuário interagiria. "0 site pode ser a plataforma principal, mas é preciso pensar em outras e tirar proveito de cada uma - smartphones, por exemplo, podem escanear QR codes", explica.

Apesar desse fluxo de desenvolvimento entre plataformas, Gabor Vida, da consultoria canadenseTeknision (www.teknision.com), insiste que o design de um app é diferente do design de um site. "Quando o propósito é comunicar e entreter, a interface é tão importante para a experiência quanto o conteúdo", acredita."Em um aplicativo, contudo, a interface deve sempre apoiar o conteúdo, sem virar a estrela do show."

Com projetos para marcas globais como Blackberry, Adobe e Intel no currículo, Gabor deixa claro que a Teknision enxerga a questão das várias plataformas de um jeito diferente. "A idéia de que uma única interface possa funcionar em vários dispositivos simplesmente não funciona. Procuramos criar uma para cada caso, aproveitando ao máximo o que cada aparelho tem de especial. Uma boa interface deve ser simples e fazer com que o usuário entenda rapidamente o que pode fazer", resume.

ERROS E ACERTOS

Saber reconhecer um trabalho malfeito é uma habilidade essencial. "Design ruim é a primeira coisa que as pessoas percebem, é algo visceral", opina Andrew Kimmel. "Os erros que mais vejo, especialmente no caso de celulares, são interfaces que obrigam o usuário a vasculhar tudo para encontrar o que quer, fazendo com que perca o interesse. 0 design deve ser conciso e fácil de usar", ensina.

Para Sarah Morris, a maioria das interfaces ruins usa o conteúdo deforma errada:"Podemos definir experiências para nossos clientes, mas, se as equipes de conteúdo não forem envolvidas no início do processo, a interface resultante não dará certo.Terá muito ou pouco conteúdo, referências erradas e por aí vai".

A utilização deste material é exclusivamente para fins educacionais.

08 A Intel contratou a **Teknision** para realizar um estudo sobre como as interfaces de consumo de mídia seriam nos aparelhos do futuro

09 A **Teknision** criou o design do sistema do tablet Playbook, da Blackberry. "O mais difícil foi lidar com a ausência de botões do aparelho", diz Gabor Vida

08

09

Simplicidade é a palavra-chave, mas saber ser minimalista leva tempo. Sarah conta que os clientes da LBi muitas vezes pedem interfaces como as da Apple, sem saber do rigor dos processos de desenvolvimento da empresa de Steve Jobs:"Não tenho certeza se aquela história de que eles criam sete protótipos de alta-fidelidade de cada projeto é lenda urbana, mas digo a meus clientes que, para obter a elegância e a simplicidade dos produtos da Apple, é preciso muito trabalho duro e, claro, investimentos altíssimos".

TESTES E MAIS TESTES

A única maneira de saber o que seus usuários irão achar de uma interface é realizar todos os testes necessários antes de lançar o projeto. "Não faz sentido ser usável sem ser útil", sentencia Sarah."Tentamos sempre dar prioridade à pesquisa de usuário no começo de um projeto, para termos certeza de que nossa proposta e nossos conceitos são sólidos."

A LBi usa protótipos em papel e HMTL nas sessões de teste. "Sempre explicamos para os clientes que testes com usuários são inúteis se não pudermos incorporar os resultados no processo de desenvolvimento",conta."Cada vez mais,trabalhamos >

CRIE BOAS INTERFACES

Especialistas dão conselhos para você criar interfaces perfeitas para todo tipo de cliente

01 Aposte na intuição

"Navegação criativa, porém simples, é um conceito central do design de interfaces. Os usuários querem algo que tenha direção e fluidez, e que possa ser entendido de maneira intuitiva", afirma Andrew Kimmel, da Rage Digital. "Acho que a habilidade de surpreender um usuário é importante, e pode desempenhar um papel na retenção dos usuários."

02 Saiba o objetivo final

"Tudo depende do objetivo da interface que está sendo criada", diz Sarah Morris, da LBi. "Se um investidor quiser saber informações financeiras sobre uma empresa, você deve reduzir os obstáculos entre ele e essa meta. Interações menos baseadas em tarefas pedem algo mais inovador."

03 Inteligente, mas nem tanto

"Surpreender o usuário é a função de um conceito criativo", acredita Bernadette Smail, da Grip Limited. "A interface deve ser intuitiva. Pode surpreender apenas de um jeito positivo. Crie uma interface inteligente, que preveja as ações do usuário baseadas em suas preferências."

04 Revele o invisível

"Se você olhar por uma janela e vir uma montanha, conseguirá imaginar o que está acima, abaixo e aos lados dela, pois tem um modelo mental de como uma montanha deve ser", diz Gabor Vida, da Teknision. "Uma interface é uma janela para um mundo desconhecido: você precisa ajudar o usuário a criar um modelo mental das partes que ele não pode ver."

05 Pense no contexto

Sarah Morris dá três dicas básicas para design de interfaces: "Contexto, contexto e contexto. Entenda o que as pessoas querem, mas também onde elas estarão e como estarão. Acessar o app de um banco a caminho do shopping é diferente de acessar de um desktop no escritório".

06 Crie valor

"Entenda o valor que o usuário irá tirar da interface, e por que esse valor é importante para ele", diz Gabor Vida. "Comece com um modelo mental claro, que dê apoio à proposição do valor, e encontre meios de recompensar o usuário quando ele conseguir alguma coisa. Pense em maneiras de levá-lo para onde ele quer rapidamente e atribua valor a isso."

07 De volta ao básico

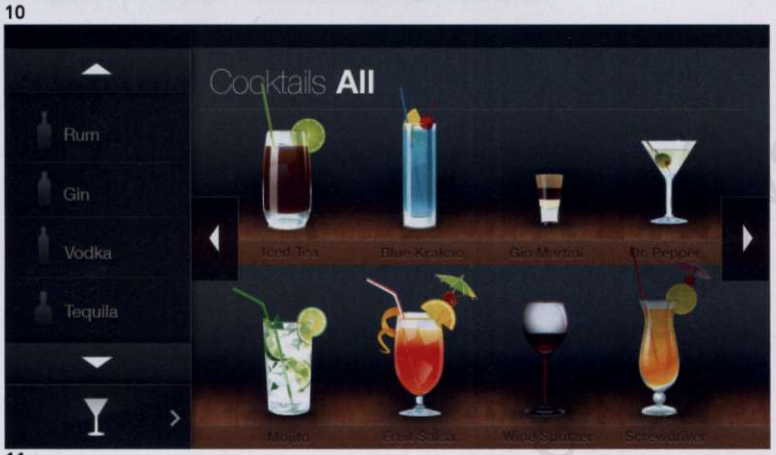
"Entenda as necessidades primárias dos usuários, e livre-se de tudo o que for supérfluo", aconselha Andrew Kimmel. "Não se esqueça também de ajustar seus layouts para diferentes aparelhos e plataformas: nada é pior do que ter de recriar elementos de repente, quando o cliente pedir uma versão do projeto para tablet."

08 Não force a originalidade

"Se você tem de queimar todos os neurônios para fazer aquela sua interface revolucionária funcionar, algo está errado", alerta Bernadette Smail. "Existem padrões de design que se provaram úteis para nós e que usaremos sempre, até que apareça uma solução técnica melhor – ou até que o Facebook resolva mudar as regras do jogo novamente."

10-11 A **Teknision** teve liberdade total para criar o sistema de automação OpenHome, da iControl. A equipe usou um apartamento em Las Vegas para demonstrações. De acordo com Gabor Vida, os obstáculos foram as limitações do hardware e o espaço físico envolvido: "Toda a equipe participou, foi bem divertido"

10



11

> com nossa equipe de otimização para realizar testes A/B (que testa duas variações de interface de cada vez) e multivariados, por isso criamos várias soluções e deixamos que os usuários elejam as de que mais gostam."

A Rage Digital costuma trabalhar para marcas com públicos bem definidos. Por isso, procuram identificá-los e "virar usuários", para entender as experiências deles. "Guiamos os clientes pelo processo de desenvolvimento, fornecendo versões 'testáveis' de apps em aparelhos, e obtemos feedback por meio de uma ferramenta colaborativa baseada na web", explicaAndrew Kimmel.

Para Bernadette Smail, não é difícil encontrar cobaias para teste. "Nossa empresa tem profissionais bem diferentes, e eles são ótimos testadores", conta."Realizamos longos testes de aceitação, o que é só um jeito chique de dizer que todos os envolvidos no projeto brincam com os aplicativos para identificar problemas."

Gabor Vida não vê diferença entre testes com amigos e colegas e com grupos formais:"Se quiser saber se algo funciona, crie um protótipo, reúna um grupo de pessoas e peça que o usem. Você saberá tudo apenas observando e conversando com elas".

01 As metas de economia são exibidas em cartões ilustrados, com informações diversas no verso. "O difícil foi definir a lógica dos resultados do EFI", conta Sarah

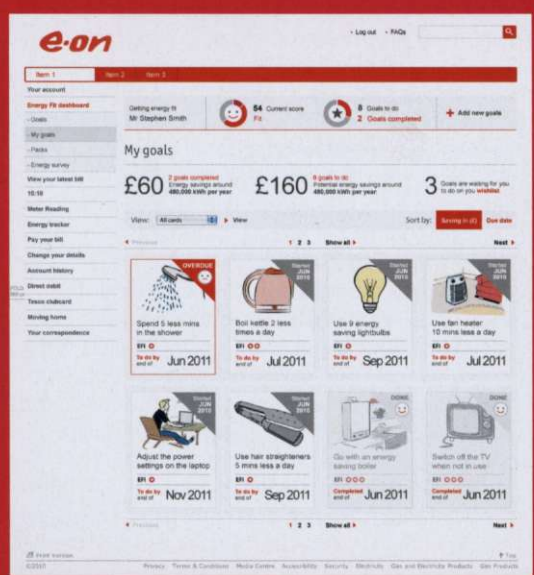
NOVOS HÁBITOS

Veja como a LBi usou um bom design de interface para deixar uma pesquisa mais amigável

"A LBi foi contratada pela empresa de energia E.ON para desenvolver uma ferramenta que ajudasse as pessoas a entender como consomem energia, para que possam aprender a diminuir o consumo", explica Sarah Morris, diretora de experiência de usuário da LBi. Com apenas dois meses de prazo, a agência teve a ideia de criar um Energy Fitness Indicator (EFI), que seria a base da ferramenta de pesquisa e indicaria a boa ou a má "forma" de consumo de energia dos usuários por meio de carinhas felizes ou bravas.

"O questionário da empresa era seco e complexo, o que afastaria muitas pessoas", conta Sarah. "Por isso, decidimos colocar uma pergunta em cada página, com várias ilustrações." A abordagem visual deu certo: apesar de ter 40 perguntas, a taxa de conclusão da pesquisa foi bem alta.

Os resultados deram uma boa noção de como os usuários estão em relação ao consumo e do quanto podem economizar, com metas exibidas em "cartões de energia", que vêm com uma avaliação do EFI. "Criar uma interface que ajude as pessoas a cultivar hábitos positivos é difícil", confessa Sarah. "Por isso, as tecnologias são importantíssimas para contribuir para causas como esta."



A utilização deste material é exclusiva para fins educacionais.

Fonte: Computer Arts Brasil, São Paulo, ano 5, n. 50, p. , out. 2011.